

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВ З НАДАННЯ РЕМОНТНИХ ПОСЛУГ

Максименко Я.А., к.е.н., професор

Дяченко Т.А., к.е.н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний
інститут»

В економіці України підприємства з надання ремонтних послуг відіграють значну роль, яка зростає в умовах високого ступеня зносу основних виробничих фондів промисловості. Проблема оновлення виробничих потужностей, що знаходяться в критичному стані, стоїть перед підприємствами енергетики, машинобудування та іншими провідними суб'єктами господарювання. Тому модернізація техніко-технологічної бази та капітальний ремонт виробничих потужностей багатьох промислових підприємств є запорукою їх ефективної діяльності. Таким чином, попит на ремонтні послуги зростає.

Однак, в умовах несприятливої макроекономічної ситуації в країні деякі підприємства, що потребують ремонтних послуг, намагаються самостійно вирішувати ці проблеми, організовуючи відповідні підрозділи [4, 5], таким чином створюючи конкуренцію для підприємств, що спеціалізуються на наданні ремонтних послуг. Розуміючи конкуренцію як розширене суперництво між суб'єктами, що взаємно обмежені в досягненні поставлених цілей [1], для підприємств з надання ремонтних послуг конкурентами є діючі аналогічні підприємства, споживачі, потенційні конкуренти, суб'єкти, що формують інституційно-правове середовище, постачальники ресурсів, виробники товарів-замінників (рис. 1).

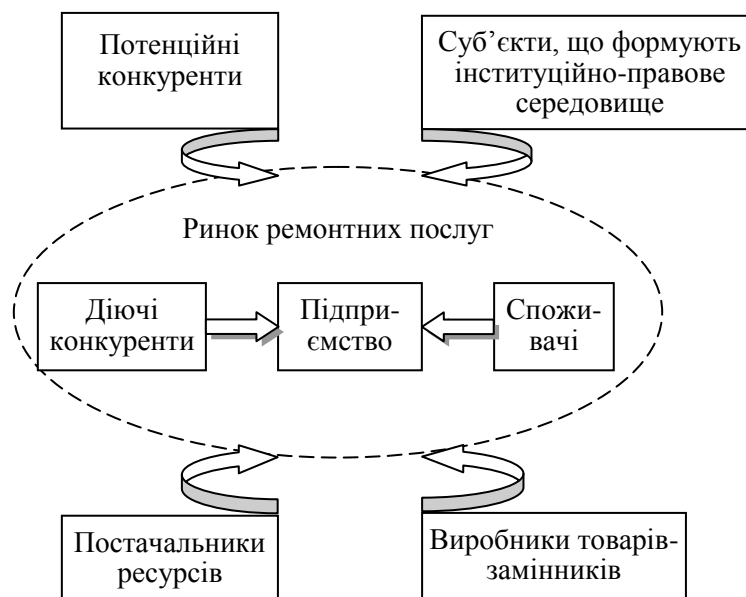


Рисунок 1 – Конкурентне середовище підприємств з надання ремонтних
послуг

Розглядаючи конкурентне середовище підприємств з надання ремонтних послуг в широкому сенсі [2], слід відзначити, що суб'єкти господарювання, які створюють підрозділи для самостійного ремонту необхідного устаткування, обладнання, займають особливе місце серед діючих конкурентів на ринку.

Для того, щоб їм протистояти, підприємства, що спеціалізуються на наданні ремонтних послуг, потребують розробки конкурентної стратегії, що базується на конкурентних перевагах.

Для підприємств з надання ремонтних послуг конкурентними перевагами, перш за все, є перевага по витратам в результаті отримання позитивного ефекту масштабу та можливість впровадження інновацій, що потребують значних капіталовкладень і є складною проблемою для суб'єктів господарювання, що здійснюють самостійний ремонт свого обладнання.

Перспективним напрямом зміцнення конкурентоспроможності підприємств з надання ремонтних послуг є створення інноваційного характеру їх розвитку шляхом впровадження нових технологій, корпоративної структури, ефективного використання досягнень науково-технічного прогресу [3].

Таким чином, інноваційна спрямованість підприємств, що здійснюють ремонтні послуги, та використання ними позитивного ефекту масштабу – основні конкурентні переваги, на яких базується успішна конкурентна стратегія для даних підприємств.

Література:

1. Дяченко Т.А. Конкурентні стратегії промислових підприємств, що надають ремонтні послуги / Т.А. Дяченко // Бізнес Інформ. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2015. – № 6. – С. 150-154.

2. Дяченко Т.А. Методичний підхід до розробки конкурентних стратегій промислових підприємств з надання ремонтних послуг / Т.А. Дяченко // Ефективна економіка. – 2015. – № 9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн.: www.economy.nauka.com.ua. – Заголовок з екрану.

3. Крамської Д.Ю. Формування та моніторинг інноваційної політики підприємства / Д. Ю. Крамської, Н. А. Гайдамака // Матеріали щорічної міжнародної Internet-конференції студентів і молодих вчених [«Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність»] / НТУ «ХПІ». – Х.: НТУ «ХПІ», 2012. – С. 203-207.

4. Лук'яниця І.Ю. Підприємства ЖКГ як об'єкт державної промислової політики / І.Ю. Лук'яниця // Матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. [«Економічні проблеми та перспективи розвитку житлово-комунального господарства на сучасному етапі»] / ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. – Х.: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – С.62-63.

5. Лук'яниця І.Ю. Проблемна ситуація в ремонтному господарстві / І.Ю. Лук'яниця // Вчені записки Харківського інституту управління. – Х.: ХІУ, 2015. – Вип. № 40. – С. 122-127.